



Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Pembelian Ayam Broiler Dari Peternakan Kemitraan Semesta Jaya Farm Di Majalengka

Ajmi Saputera Nyio^{1*}, Suharini²

^{1,2}Universitas Bina Sarana Informatika, Indonesia

Alamat: Jl. Kali Abang Tengah, No. 08, Perwira, Kec. Bekasi Utara, Kota Bekasi

Azmysaputrah@gmail.com¹, suharini.suh@bsi.ac.id²

Abstract. *This study aims to analyze the influence of product quality and price on consumer satisfaction in purchasing broiler chickens from Semesta Jaya Farm Partnership Farm in Majalengka. The research problem is based on the importance of maintaining the quality of broiler chicken products and determining prices that meet consumer expectations amid business competition. Inconsistent product quality and prices that are perceived as not being proportional to the benefits received may affect consumer satisfaction. Therefore, this study examines product quality and price as factors that are expected to influence consumer satisfaction. This study employed a quantitative method with an explanatory research design and a survey approach. The population consisted of consumers who had purchased broiler chickens from Semesta Jaya Farm Partnership Farm. The sample consisted of 130 respondents, determined using the Slovin formula and selected through purposive sampling. Data were collected through questionnaires using a Likert scale. The data were analyzed using validity tests, reliability tests, classical assumption tests, multiple linear regression analysis, t-tests, F-tests, and the coefficient of determination with the assistance of SPSS version 26. The results showed that product quality had a positive and significant effect on consumer satisfaction, with a t-value of 3.048. Price also had a positive and significant effect on consumer satisfaction, with a t-value of 7.011. Simultaneously, product quality and price had a positive and significant effect on consumer satisfaction, with an F-value of 91.688. The coefficient of determination of 59.1% indicates that consumer satisfaction can be explained by product quality and price, while the remaining 40.9% is influenced by other factors not examined in this study. The findings also indicate that price has a more dominant influence on consumer satisfaction than product quality. Therefore, Semesta Jaya Farm should maintain the quality of its broiler chickens while establishing prices that are consistent with the quality and benefits perceived by consumers.*

Keywords: *Product Quality, Price, Consumer Satisfaction, Broiler Chicken.*

Abstrak. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas produk dan harga terhadap kepuasan konsumen pada pembelian ayam broiler di Peternakan Kemitraan Semesta Jaya Farm di Majalengka. Permasalahan penelitian dilatarbelakangi oleh pentingnya menjaga kualitas produk ayam broiler dan menetapkan harga yang sesuai dengan harapan konsumen dalam menghadapi persaingan usaha. Kualitas produk yang tidak konsisten dan harga yang dianggap tidak sesuai dengan manfaat yang diterima dapat memengaruhi tingkat kepuasan konsumen. Oleh karena itu, penelitian ini menguji kualitas produk dan harga sebagai faktor yang diduga memengaruhi kepuasan konsumen. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan jenis penelitian eksplanatori dan pendekatan survei. Populasi penelitian adalah konsumen yang pernah melakukan pembelian ayam broiler dari Peternakan Kemitraan Semesta Jaya Farm. Sampel penelitian berjumlah 130 responden yang ditentukan menggunakan rumus Slovin dan dipilih dengan teknik purposive sampling. Data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner menggunakan skala Likert. Selanjutnya, data dianalisis menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, regresi linear berganda, uji t, uji F, dan koefisien determinasi dengan bantuan program SPSS versi 26. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen dengan nilai t hitung sebesar 3,048. Harga juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen dengan nilai t hitung sebesar 7,011. Secara simultan, kualitas produk dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen dengan nilai F hitung sebesar 91,688. Nilai koefisien determinasi sebesar 59,1% menunjukkan bahwa kepuasan konsumen dapat dijelaskan oleh kualitas produk dan harga, sedangkan 40,9% lainnya dipengaruhi oleh faktor lain

di luar penelitian. Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa harga memiliki pengaruh yang lebih dominan dibandingkan kualitas produk. Oleh karena itu, Semesta Jaya Farm perlu mempertahankan kualitas ayam broiler sekaligus menetapkan harga yang sesuai dengan kualitas dan manfaat yang diterima konsumen.

Kata Kunci: Kualitas Produk; Harga; Kepuasan Konsumen; Ayam Broiler.

1. LATAR BELAKANG

Sektor peternakan memiliki peran strategis dalam pembangunan ekonomi nasional karena berkontribusi dalam penyediaan pangan sumber protein hewani, penciptaan lapangan kerja, serta peningkatan pendapatan masyarakat. Salah satu komoditas peternakan yang memiliki tingkat permintaan tinggi adalah ayam broiler. Ayam broiler banyak diminati masyarakat karena memiliki harga yang relatif terjangkau, kandungan protein yang baik, serta waktu pemeliharaan yang relatif singkat. Kondisi tersebut menjadikan usaha ayam broiler sebagai salah satu subsektor agribisnis yang terus berkembang dan memiliki prospek ekonomi yang cukup besar. Perkembangan usaha ayam broiler juga memberikan dampak terhadap sektor pendukung, seperti industri pakan, obat-obatan ternak, transportasi, perdagangan, dan industri pengolahan pangan (Safitri et al., 2026). Peningkatan permintaan ayam broiler sejalan dengan pertumbuhan jumlah penduduk, urbanisasi, perubahan pola konsumsi, dan meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap kebutuhan protein hewani. Kondisi tersebut mendorong persaingan antarpelaku usaha peternakan untuk menyediakan produk yang mampu memenuhi kebutuhan dan harapan konsumen. Persaingan tidak hanya berkaitan dengan kemampuan menghasilkan produk dalam jumlah yang memadai, tetapi juga mencakup kualitas produk dan harga yang ditawarkan. Oleh sebab itu, orientasi terhadap konsumen menjadi semakin penting agar pelaku usaha dapat mempertahankan kepuasan konsumen dan keberlangsungan usaha (Rahmawati & Budiono, 2025).

Kabupaten Majalengka merupakan salah satu wilayah di Jawa Barat yang memiliki potensi dalam pengembangan usaha peternakan ayam broiler. Berdasarkan data BPS Kabupaten Majalengka (2024), populasi ayam broiler tercatat sebanyak 17.842.680 ekor pada tahun 2020, meningkat menjadi 18.295.752 ekor pada tahun 2021 dan 18.747.742 ekor pada tahun 2022, sebelum sedikit menurun menjadi 18.583.366 ekor pada tahun 2023. Tingginya populasi tersebut menunjukkan bahwa aktivitas usaha ayam broiler memiliki peranan penting dalam perekonomian daerah. Perkembangan produksi ayam broiler juga menunjukkan besarnya aktivitas agribisnis peternakan di wilayah tersebut dan memperlihatkan adanya potensi pasar yang perlu diimbangi dengan peningkatan kualitas produk serta strategi harga yang sesuai dengan kondisi konsumen.

Dalam pemasaran ayam broiler, kepuasan konsumen menjadi salah satu aspek penting yang perlu diperhatikan oleh pelaku usaha. Kepuasan konsumen terbentuk ketika kinerja produk yang diterima mampu memenuhi atau melebihi harapan konsumen. Konsumen yang memperoleh produk sesuai dengan harapan, baik dari aspek kualitas maupun harga, cenderung memiliki tingkat kepuasan yang lebih tinggi dan berpotensi melakukan pembelian kembali. Dengan demikian, kemampuan pelaku usaha dalam memberikan produk berkualitas dengan harga yang dianggap sesuai menjadi faktor penting dalam membangun kepuasan konsumen (Sawalia et al., 2025).

Kualitas produk merupakan salah satu faktor yang dapat menentukan kepuasan konsumen dalam pembelian ayam broiler. Kualitas ayam broiler dapat dinilai melalui kondisi kesegaran, kebersihan, warna daging, tekstur, ukuran, serta keamanan produk untuk dikonsumsi. Konsumen pada umumnya mengharapkan produk ayam yang segar, bersih, higienis, dan aman karena produk tersebut berkaitan langsung dengan kebutuhan pangan dan kesehatan. Produk yang memiliki kualitas sesuai dengan harapan konsumen dapat meningkatkan kepercayaan dan kepuasan dalam melakukan pembelian. Penelitian Pane dan Lubis (2023) menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen, sehingga peningkatan kualitas produk berpotensi meningkatkan kepuasan yang dirasakan konsumen.

Selain kualitas produk, harga juga menjadi pertimbangan penting dalam proses pembelian ayam broiler. Harga merupakan sejumlah nilai yang harus dikeluarkan konsumen untuk memperoleh suatu produk. Dalam kondisi persaingan yang semakin tinggi, konsumen tidak hanya mempertimbangkan murah atau mahal nya harga, tetapi juga kesesuaian harga dengan kualitas dan manfaat yang diperoleh. Harga yang dianggap wajar, kompetitif, dan sesuai dengan kualitas produk dapat menciptakan persepsi nilai yang positif bagi konsumen. Sebaliknya, harga yang dianggap tidak sebanding dengan kualitas produk dapat menurunkan kepuasan konsumen.

Semesta Jaya Farm di Kabupaten Majalengka dipilih sebagai objek penelitian karena merupakan usaha peternakan yang menjalankan kegiatan berbasis kemitraan dalam usaha ayam broiler. Persaingan usaha peternakan ayam broiler di tingkat lokal menuntut Semesta Jaya Farm untuk mampu mempertahankan kualitas produk sekaligus menetapkan harga yang dapat diterima oleh konsumen. Dalam kondisi tersebut, pemahaman mengenai faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan konsumen menjadi penting sebagai dasar evaluasi dan pengembangan strategi pemasaran.

Penelitian mengenai kepuasan konsumen selama ini relatif banyak dilakukan pada sektor restoran, UMKM, ritel, dan produk makanan olahan. Sementara itu, penelitian yang secara khusus mengkaji pengaruh kualitas produk dan harga terhadap kepuasan konsumen pada pembelian ayam broiler secara langsung dari peternakan kemitraan di tingkat daerah masih relatif terbatas (Purnomo & Hidayatullah, 2024). Kondisi tersebut menunjukkan adanya *research gap* yang perlu dikaji lebih lanjut, khususnya pada sektor hulu agribisnis peternakan. Penelitian pada tingkat peternakan penting dilakukan karena peternakan merupakan salah satu titik awal dalam rantai pasok yang menentukan kualitas produk sebelum sampai kepada konsumen.

Berdasarkan uraian tersebut, kualitas produk dan harga diduga memiliki peranan penting dalam membentuk kepuasan konsumen pada pembelian ayam broiler. Namun, pengaruh kedua variabel tersebut pada konsumen Peternakan Kemitraan Semesta Jaya Farm di Kabupaten Majalengka belum diketahui secara empiris. Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan untuk menganalisis pengaruh kualitas produk dan harga terhadap kepuasan konsumen pada pembelian ayam broiler di Peternakan Kemitraan Semesta Jaya Farm Kabupaten Majalengka. Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan kajian manajemen pemasaran pada sektor agribisnis sekaligus menjadi bahan pertimbangan bagi Semesta Jaya Farm dalam meningkatkan kualitas produk dan menetapkan strategi harga yang sesuai dengan harapan konsumen.

2. KAJIAN TEORITIS

2.1 Kualitas Produk

Kualitas produk merupakan salah satu faktor penting dalam pemasaran karena berkaitan dengan kemampuan produk dalam memenuhi kebutuhan dan harapan konsumen. Kotler dan Keller (2021) menjelaskan bahwa kualitas produk mencakup keseluruhan karakteristik dan atribut produk yang memengaruhi kemampuannya dalam memenuhi kebutuhan konsumen, baik kebutuhan yang dinyatakan maupun yang tidak dinyatakan. Sementara itu, Tjiptono (2022) memandang kualitas sebagai kondisi yang berkaitan dengan kemampuan produk dalam memberikan manfaat dan memenuhi harapan konsumen.

Dalam konteks ayam broiler, kualitas produk dapat dilihat dari kondisi fisik dan mutu ayam yang diterima konsumen, seperti kesegaran, kebersihan, ukuran, warna, tekstur, serta keamanan produk untuk dikonsumsi. Kualitas yang baik akan membentuk persepsi positif konsumen terhadap produk dan meningkatkan keyakinan bahwa manfaat yang diperoleh sesuai

dengan harapan. Oleh karena itu, semakin baik kualitas ayam broiler yang dirasakan konsumen, semakin besar kemungkinan terbentuknya kepuasan setelah pembelian.

Indikator kualitas produk yang digunakan dalam penelitian ini disesuaikan dengan karakteristik ayam broiler, meliputi kinerja, kesesuaian dengan spesifikasi, daya tahan, estetika, persepsi kualitas, serta keandalan dan keamanan. Keenam aspek tersebut digunakan untuk menggambarkan penilaian konsumen terhadap mutu ayam broiler yang diperoleh dari Peternakan Kemitraan Semesta Jaya Farm.

2.2 Harga

Harga merupakan sejumlah nilai yang harus dikorbankan konsumen untuk memperoleh manfaat dari suatu produk. Kotler dan Armstrong (2021) mendefinisikan harga sebagai sejumlah uang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa, atau nilai yang ditukarkan konsumen untuk memperoleh manfaat dari penggunaan atau kepemilikan produk tersebut. Harga memiliki peranan penting dalam pemasaran karena tidak hanya menentukan nilai ekonomi suatu produk, tetapi juga memengaruhi persepsi konsumen mengenai manfaat dan kualitas yang diperoleh.

Menurut Alma (2021), konsumen cenderung mempertimbangkan keterjangkauan harga serta kesesuaian harga dengan kualitas dan manfaat yang diterima. Apabila konsumen menilai harga yang dibayarkan sebanding dengan kualitas dan manfaat produk, maka akan terbentuk persepsi nilai yang positif. Sebaliknya, harga yang dianggap tidak sesuai dengan kualitas atau manfaat dapat menurunkan kepuasan konsumen.

Dalam pembelian ayam broiler, harga menjadi salah satu pertimbangan penting karena ayam merupakan produk pangan yang banyak dikonsumsi secara rutin. Konsumen cenderung membandingkan harga ayam broiler yang ditawarkan dengan harga dari penjual lain serta mempertimbangkan kualitas produk yang diperoleh. Oleh karena itu, harga yang terjangkau, sesuai dengan kualitas, sesuai dengan manfaat, dan kompetitif dapat meningkatkan penerimaan konsumen terhadap produk.

Indikator harga dalam penelitian ini meliputi keterjangkauan harga, kesesuaian harga dengan kualitas produk, kesesuaian harga dengan manfaat, dan daya saing harga. Keempat indikator tersebut digunakan untuk mengukur persepsi konsumen terhadap harga ayam broiler yang ditawarkan oleh Semesta Jaya Farm.

2.3 Kepuasan Konsumen

Kepuasan konsumen merupakan evaluasi yang dilakukan konsumen setelah membandingkan harapan sebelum pembelian dengan kinerja produk yang diterima. Kotler dan

Keller (2021) menjelaskan bahwa kepuasan merupakan perasaan senang atau kecewa yang muncul setelah konsumen membandingkan kinerja suatu produk dengan harapannya. Apabila kinerja produk sesuai atau melebihi harapan, konsumen akan merasa puas, sedangkan kinerja yang berada di bawah harapan dapat menimbulkan ketidakpuasan.

Kepuasan konsumen memiliki peranan penting bagi keberlangsungan usaha karena konsumen yang puas memiliki kecenderungan untuk melakukan pembelian kembali dan memberikan rekomendasi positif kepada orang lain. Dalam konteks ayam broiler, kepuasan dapat terbentuk apabila konsumen memperoleh produk yang segar, bersih, aman, dan sesuai dengan kualitas yang diharapkan serta membayar harga yang dianggap wajar.

Dalam penelitian ini, kepuasan konsumen diukur melalui kesesuaian harapan, kepuasan secara keseluruhan, minat pembelian ulang, dan kesediaan merekomendasikan. Indikator tersebut menggambarkan evaluasi konsumen terhadap pengalaman pembelian ayam broiler dari Peternakan Kemitraan Semesta Jaya Farm secara menyeluruh.

2.4 Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen

Kualitas produk memiliki hubungan yang erat dengan kepuasan konsumen karena konsumen melakukan evaluasi berdasarkan kualitas produk yang diterima dibandingkan dengan harapan sebelum pembelian. Produk yang memiliki kualitas baik dan sesuai dengan harapan akan memberikan pengalaman positif sehingga meningkatkan kepuasan konsumen.

Pada produk ayam broiler, kualitas dapat tercermin melalui kesegaran, kebersihan, ukuran, kondisi fisik, tekstur, serta keamanan produk. Apabila aspek-aspek tersebut terpenuhi, konsumen akan memperoleh manfaat yang sesuai dengan ekspektasi sehingga tingkat kepuasannya meningkat. Penelitian Pane dan Lubis (2023) menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Temuan tersebut memperkuat dugaan bahwa semakin baik kualitas produk ayam broiler yang diterima, semakin tinggi tingkat kepuasan konsumen.

Berdasarkan uraian tersebut, hipotesis pertama dirumuskan sebagai berikut:

H1: Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada pembelian ayam broiler di Peternakan Kemitraan Semesta Jaya Farm Majalengka.

2.5 Pengaruh Harga terhadap Kepuasan Konsumen

Harga berperan dalam membentuk persepsi nilai konsumen terhadap suatu produk. Konsumen tidak hanya menilai nominal harga, tetapi juga mempertimbangkan kesesuaian harga dengan kualitas dan manfaat yang diperoleh. Harga yang dianggap terjangkau dan

sebanding dengan manfaat produk akan menciptakan persepsi nilai yang positif sehingga dapat meningkatkan kepuasan.

Dalam pembelian ayam broiler, harga yang kompetitif menjadi pertimbangan konsumen karena terdapat alternatif produk dari penjual lain. Konsumen akan merasa lebih puas apabila harga yang dibayarkan dianggap wajar, sesuai dengan kualitas ayam yang diterima, serta memberikan manfaat yang sebanding. Penelitian Pratama dan Suryoko (2021) menunjukkan bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hasil penelitian tersebut mendukung dugaan bahwa semakin baik persepsi konsumen terhadap harga, semakin tinggi pula kepuasan yang dirasakan.

Berdasarkan uraian tersebut, hipotesis kedua dirumuskan sebagai berikut:

H2: Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada pembelian ayam broiler di Peternakan Kemitraan Semesta Jaya Farm Majalengka.

2.6 Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen

Kualitas produk dan harga merupakan dua faktor yang saling berkaitan dalam membentuk kepuasan konsumen. Kualitas memberikan gambaran mengenai manfaat dan kinerja produk yang diterima, sedangkan harga mencerminkan pengorbanan yang harus diberikan konsumen untuk memperoleh produk tersebut. Konsumen cenderung merasa puas apabila memperoleh produk dengan kualitas yang baik dan harga yang dianggap sebanding dengan manfaat yang diterima.

Penelitian Pratama dan Suryoko (2021) menunjukkan bahwa harga dan kualitas produk secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hasil tersebut sejalan dengan penelitian Nuravianti et al. (2024) yang menunjukkan bahwa kualitas produk dan persepsi harga berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen. Dengan demikian, kualitas produk yang baik apabila didukung oleh harga yang sesuai dapat menciptakan nilai yang lebih tinggi bagi konsumen dan meningkatkan kepuasan terhadap pembelian.

Dalam konteks Peternakan Kemitraan Semesta Jaya Farm, konsumen diharapkan memperoleh ayam broiler yang berkualitas, segar, bersih, aman, dan sesuai dengan kebutuhan dengan harga yang wajar serta kompetitif. Oleh karena itu, peningkatan kualitas produk dan pengelolaan harga secara tepat secara bersama-sama diperkirakan dapat meningkatkan kepuasan konsumen.

Berdasarkan uraian tersebut, hipotesis ketiga dirumuskan sebagai berikut:

H3: Kualitas produk dan harga secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada pembelian ayam broiler di Peternakan Kemitraan Semesta Jaya Farm Majalengka.

2.7 Kerangka Konseptual

Berdasarkan kajian teoritis dan penelitian terdahulu, penelitian ini menempatkan kualitas produk (X1) dan harga (X2) sebagai variabel independen, sedangkan kepuasan konsumen (Y) sebagai variabel dependen. Kualitas produk diperkirakan memengaruhi kepuasan melalui kemampuan produk dalam memenuhi harapan konsumen, sedangkan harga memengaruhi kepuasan melalui persepsi konsumen mengenai keterjangkauan dan kesesuaian antara biaya dengan manfaat yang diperoleh. Kedua variabel tersebut selanjutnya diuji secara parsial dan simultan terhadap kepuasan konsumen.

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian *explanatory research* melalui metode survei. Penelitian bertujuan menganalisis pengaruh kualitas produk dan harga terhadap kepuasan konsumen pada pembelian ayam broiler di Peternakan Kemitraan Semesta Jaya Farm, Kabupaten Majalengka. Data penelitian diperoleh secara langsung dari responden melalui kuesioner dan didukung oleh observasi serta dokumentasi.

Populasi penelitian adalah seluruh konsumen yang melakukan pembelian ayam broiler di Peternakan Kemitraan Semesta Jaya Farm selama periode Januari–Maret 2026, dengan jumlah populasi sebanyak 194 konsumen. Penentuan jumlah sampel menggunakan rumus Slovin dengan tingkat kesalahan 5%, sehingga diperoleh sampel sebanyak 130 responden. Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling* dengan kriteria responden berusia minimal 17 tahun, pernah melakukan pembelian ayam broiler di Semesta Jaya Farm minimal satu kali, dan bersedia mengisi kuesioner.

Pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner, observasi, dan studi dokumentasi. Kuesioner disusun berdasarkan indikator masing-masing variabel dan menggunakan skala Likert lima tingkat, yaitu 1 = sangat tidak setuju, 2 = tidak setuju, 3 = netral, 4 = setuju, dan 5 = sangat setuju. Variabel penelitian terdiri atas kualitas produk (X1), harga (X2), dan kepuasan konsumen (Y). Kualitas produk diukur melalui indikator kinerja, kesesuaian dengan spesifikasi, daya tahan, estetika, persepsi kualitas, serta keandalan dan keamanan. Harga diukur melalui keterjangkauan harga, kesesuaian harga dengan kualitas produk, kesesuaian harga dengan manfaat, dan daya saing harga. Sementara itu, kepuasan konsumen diukur melalui kesesuaian harapan, kepuasan secara keseluruhan, minat pembelian ulang, dan kesediaan merekomendasikan.

Data yang terkumpul dianalisis menggunakan SPSS. Tahapan analisis meliputi uji kualitas instrumen yang terdiri dari uji validitas dan reliabilitas, kemudian dilanjutkan dengan uji asumsi klasik yang meliputi uji normalitas, multikolinearitas, heteroskedastisitas, dan linearitas. Selanjutnya, dilakukan analisis regresi linear berganda untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan harga terhadap kepuasan konsumen. Pengujian hipotesis dilakukan melalui uji t untuk mengetahui pengaruh parsial masing-masing variabel independen, uji F untuk mengetahui pengaruh kedua variabel independen secara simultan, serta koefisien determinasi (R^2) untuk mengetahui besarnya kemampuan kualitas produk dan harga dalam menjelaskan variasi kepuasan konsumen. Persamaan regresi yang digunakan adalah:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Keterangan:

Y = Kepuasan Konsumen

a = Konstanta

b_1 = Koefisien regresi Kualitas Produk

b_2 = Koefisien regresi Harga

X_1 = Kualitas Produk

X_2 = Harga

e = Error term

Pengujian hipotesis menggunakan tingkat signifikansi 5% ($\alpha = 0,05$). Hipotesis diterima apabila nilai signifikansi $< 0,05$ atau nilai t/F hitung lebih besar daripada nilai t/F tabel sesuai dengan jenis pengujiannya.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Deskripsi Data

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen pada pembelian ayam broiler di Peternakan Kemitraan Semesta Jaya Farm, Majalengka. Data penelitian diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada konsumen yang telah memenuhi kriteria sebagai responden. Dari 138 kuesioner yang disebarkan, sebanyak 130 kuesioner dapat diolah, sedangkan 8 kuesioner tidak dapat digunakan karena tidak memenuhi persyaratan penelitian.

Karakteristik responden menunjukkan bahwa konsumen Semesta Jaya Farm memiliki latar belakang yang beragam berdasarkan jenis kelamin, usia, pekerjaan, frekuensi pembelian, tujuan pembelian, pengalaman menggunakan produk, serta pengetahuan mengenai harga ayam

broiler. Seluruh responden telah memiliki pengalaman membeli ayam broiler dari Semesta Jaya Farm sehingga dinilai relevan dalam memberikan penilaian terhadap variabel penelitian.

Pada variabel Kualitas Produk (X1), mayoritas responden memberikan jawaban Setuju dan Sangat Setuju sebesar 87,66%. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas ayam broiler yang meliputi kesegaran, ukuran, berat, daya tahan, kebersihan, penampilan, keamanan, dan mutu secara keseluruhan dinilai baik oleh konsumen.

Pada variabel Harga (X2), mayoritas responden juga memberikan jawaban Setuju dan Sangat Setuju sebesar 86,53%. Hasil tersebut menunjukkan bahwa harga ayam broiler yang ditawarkan Semesta Jaya Farm dinilai terjangkau, sesuai dengan kualitas dan manfaat produk, serta mampu bersaing dengan penjual lainnya.

Sementara itu, pada variabel Kepuasan Konsumen (Y), jawaban responden didominasi oleh kategori Setuju sebesar 44,58% dan Sangat Setuju sebesar 43,93%, dengan total 88,51%. Hasil tersebut menunjukkan bahwa mayoritas konsumen merasa puas karena produk yang diterima sesuai **dengan** harapan, memiliki keinginan untuk melakukan pembelian ulang, bersedia merekomendasikan Semesta Jaya Farm, serta merasa puas secara keseluruhan.

Dengan demikian, secara deskriptif dapat disimpulkan bahwa Kualitas Produk, Harga, dan Kepuasan Konsumen pada Semesta Jaya Farm berada pada kondisi yang baik, yang ditunjukkan oleh dominannya jawaban responden pada kategori Setuju dan Sangat Setuju. Data tersebut **selanjutnya** digunakan untuk melakukan pengujian kualitas data, asumsi klasik, regresi linear berganda, serta pengujian hipotesis.

4.2 Uji Kualitas Data

4.2.1. Uji Validitas

Tabel IV. 1 Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Produk (X1)

Variabel	Indikator	r hitung	r tabel	Kriteria	Keterangan
Kualitas Produk (X1)	X1.1	0,546	0,1723	$r \text{ hitung} > r \text{ tabel}$	Valid
	X1.2	0,503	0,1723	$r \text{ hitung} > r \text{ tabel}$	Valid
	X1.3	0,522	0,1723	$r \text{ hitung} > r \text{ tabel}$	Valid
	X1.4	0,569	0,1723	$r \text{ hitung} > r \text{ tabel}$	Valid
	X1.5	0,592	0,1723	$r \text{ hitung} > r \text{ tabel}$	Valid
	X1.6	0,536	0,1723	$r \text{ hitung} > r \text{ tabel}$	Valid
	X1.7	0,549	0,1723	$r \text{ hitung} > r \text{ tabel}$	Valid
	X1.8	0,488	0,1723	$r \text{ hitung} > r \text{ tabel}$	Valid
	X1.9	0,572	0,1723	$r \text{ hitung} > r \text{ tabel}$	Valid
	X1.10	0,607	0,1723	$r \text{ hitung} > r \text{ tabel}$	Valid
	X1.11	0,473	0,1723	$r \text{ hitung} > r \text{ tabel}$	Valid
	X1.12	0,352	0,1723	$r \text{ hitung} > r \text{ tabel}$	Valid

Sumber: Hasil Output Pengolahan Data SPSS 26

Berdasarkan Tabel IV.5, hasil uji validitas pada variabel Kualitas Produk (X1) menunjukkan bahwa seluruh 12 indikator memiliki nilai r hitung yang lebih besar dibandingkan r tabel sebesar 0,1723. Nilai r hitung masing-masing indikator berkisar antara 0,352 hingga 0,607, yaitu X1.1 sebesar 0,546, X1.2 sebesar 0,503, X1.3 sebesar 0,522, X1.4 sebesar 0,569, X1.5 sebesar 0,592, X1.6 sebesar 0,536, X1.7 sebesar 0,549, X1.8 sebesar 0,488, X1.9 sebesar 0,572, X1.10 sebesar 0,607, X1.11 sebesar 0,473, dan X1.12 sebesar 0,352. Karena seluruh nilai r hitung lebih besar daripada r tabel, maka seluruh item pernyataan pada variabel Kualitas Produk (X1) dinyatakan valid. Dengan demikian, semua indikator yang digunakan untuk mengukur variabel Kualitas Produk (X1) telah memenuhi kriteria validitas dan layak digunakan dalam analisis penelitian selanjutnya..

Tabel IV. 2 Hasil Uji Validitas Variabel Harga (X2)

Variabel	Indikator	r hitung	r tabel	Kriteria	Keterangan
Harga (X2)	X2.1	0,501	0,1723	$r \text{ hitung} > r \text{ tabel}$	Valid
	X2.2	0,738	0,1723	$r \text{ hitung} > r \text{ tabel}$	Valid
	X2.3	0,430	0,1723	$r \text{ hitung} > r \text{ tabel}$	Valid
	X2.4	0,640	0,1723	$r \text{ hitung} > r \text{ tabel}$	Valid
	X2.5	0,511	0,1723	$r \text{ hitung} > r \text{ tabel}$	Valid
	X2.6	0,642	0,1723	$r \text{ hitung} > r \text{ tabel}$	Valid
	X2.7	0,605	0,1723	$r \text{ hitung} > r \text{ tabel}$	Valid
	X2.8	0,534	0,1723	$r \text{ hitung} > r \text{ tabel}$	Valid

Sumber: Hasil Output Pengolahan Data SPSS 26

Berdasarkan Tabel IV.6 di atas, hasil uji validitas pada variabel Harga (X2) menunjukkan bahwa seluruh 8 item pernyataan memiliki nilai r hitung yang lebih besar dibandingkan dengan r tabel sebesar 0,1723. Nilai r hitung masing-masing indikator yaitu X2.1 sebesar 0, 501, X2.2 sebesar 0, 738, X2.3 sebesar 0, 430, X2.4 sebesar 0, 640, X2.5 sebesar 0, 511, X2.6 sebesar 0, 642, X2.7 sebesar 0,696, dan X2.8 sebesar 0, 534. Karena seluruh nilai r hitung lebih besar daripada r tabel, maka semua item pernyataan pada variabel Harga (X2) dinyatakan valid. Dengan demikian, seluruh indikator yang digunakan untuk mengukur variabel Harga (X2) telah memenuhi kriteria validitas dan layak digunakan dalam analisis data selanjutnya.

Tabel IV. 3 Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan Konsumen (Y)

Variabel	Indikator	r hitung	r tabel	Kriteria	Keterangan
Kepuasan Konsumen (Y)	Y.1	0,611	0,1723	$r \text{ hitung} > r \text{ tabel}$	Valid
	Y.2	0,548	0,1723	$r \text{ hitung} > r$	Valid

				tabel	
	Y.3	0,519	0,1723	r hitung > r tabel	Valid
	Y.4	0,506	0,1723	r hitung > r tabel	Valid
	Y.5	0,570	0,1723	r hitung > r tabel	Valid
	Y.6	0,614	0,1723	r hitung > r tabel	Valid
	Y.7	0,662	0,1723	r hitung > r tabel	Valid
	Y.8	0,524	0,1723	r hitung > r tabel	Valid

Sumber: Hasil Output Pengolahan Data SPSS 26

Berdasarkan Tabel IV.7 di atas, hasil uji validitas pada variabel Kepuasan Konsumen (Y) menunjukkan bahwa seluruh 8 item pernyataan memiliki nilai r hitung yang lebih besar dibandingkan dengan r tabel sebesar 0,172. Nilai r hitung masing-masing indikator yaitu Y.1 sebesar 0,611, Y.2 sebesar 0,548, Y.3 sebesar 0,519, Y.4 sebesar 0,506, Y.5 sebesar 0,570, Y.6 sebesar 0,614, Y.7 sebesar 0,662, dan Y.8 sebesar 0,524. Karena seluruh nilai r hitung lebih besar daripada r tabel, maka semua item pernyataan pada variabel Kepuasan Konsumen (Y) dinyatakan valid. Dengan demikian, seluruh indikator yang digunakan untuk mengukur variabel Kepuasan Konsumen (Y) telah memenuhi kriteria validitas dan layak digunakan dalam analisis data selanjutnya.

2. Uji Reliabilitas

Tabel IV. 4 Hasil Uji Reliabilitas

No	Variabel	Cronbach's Alpha	Taraf Signifikansi	Hasil
1	Kualitas Produk (X1)	0,761	0,7	Reliabel
2	Harga (X2)	0,716	0,7	Reliabel
3	Kepuasan Konsumen (Y)	0,705	0,7	Reliabel

Sumber: Hasil Output Pengolahan Data SPSS 26

Berdasarkan Tabel IV.8 diatas, dapat diketahui nilai Cronbach Alpha pada variabel Kualitas Produk (X1) adalah 0,761, hal ini menunjukkan bahwa koefisien reliabilitas untuk variabel Kualitas Produk lebih besar dari 0,7. Nilai Cronbach Alpha untuk variabel Harga (X2) adalah 0,716, hal ini menunjukkan bahwa koefisien reliabilitas untuk variabel Harga lebih besar dari 0,7. Nilai Cronbach Alpha untuk variabel Kepuasan Konsumen (Y) adalah 0,705, hal ini menunjukkan bahwa koefisien reliabilitas untuk variabel Kepuasan Konsumen lebih besar dari 0,7.

4.3 Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Tabel IV. 5 Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		130
Normal Parameters ^{a, b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.72436764
Most Extreme Differences	Absolute	.067
	Positive	.047
	Negative	-.067
Test Statistic		.067
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c, d}

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

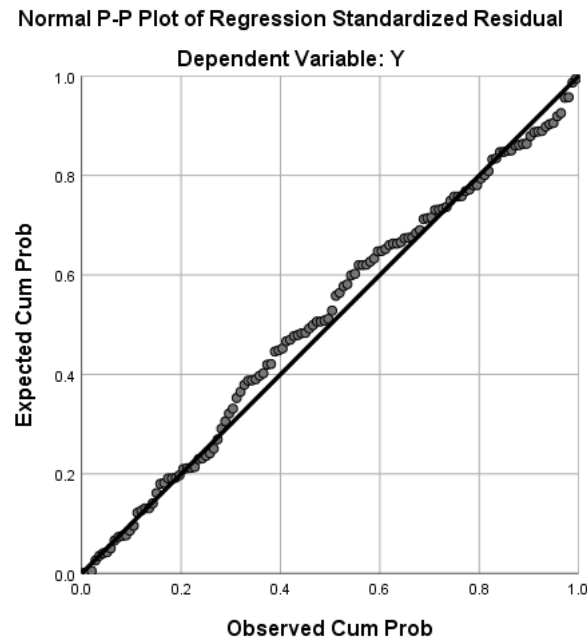
c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

1.

Sumber: Hasil Output Pengolahan Data SPSS 26

Berdasarkan Tabel IV.9 di atas dengan jumlah sampel (N) sebanyak 130 responden, diperoleh nilai signifikansi (Asymp. Sig. 2-tailed) sebesar 0,200. Karena nilai signifikansi tersebut lebih besar dari 0,05 ($0,200 > 0,05$), maka dapat disimpulkan bahwa data penelitian berdistribusi normal. Dengan demikian, data telah memenuhi asumsi normalitas dan layak digunakan untuk analisis statistik selanjutnya.

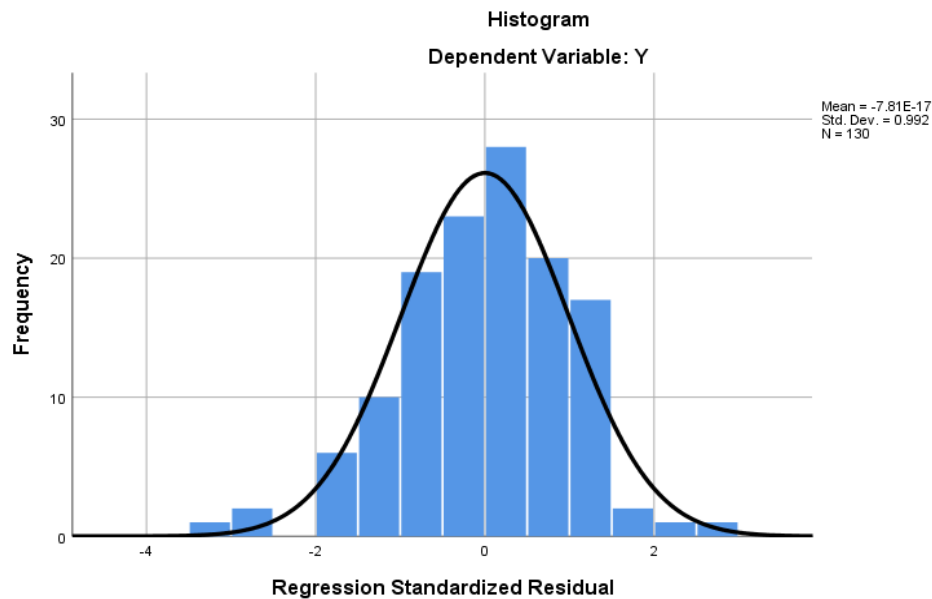


Sumber: Hasil Output Pengolahan Data SPSS 26

Gambar IV. 1 Uji Normalitas (Grafik Normal P-P Plot)

Berdasarkan Gambar IV.9 di atas, hasil uji normalitas menggunakan grafik Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual menunjukkan bahwa titik-titik data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal. Pola penyebaran tersebut mengindikasikan bahwa residual dalam model regresi berdistribusi normal.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa model regresi dalam penelitian mengenai pengaruh Kualitas Produk (X1) dan Harga (X2) terhadap Kepuasan Konsumen (Y) pada Semesta Jaya Farm telah memenuhi asumsi normalitas. Oleh karena itu, data penelitian layak digunakan untuk analisis regresi linear berganda dan pengujian hipotesis pada tahap selanjutnya.

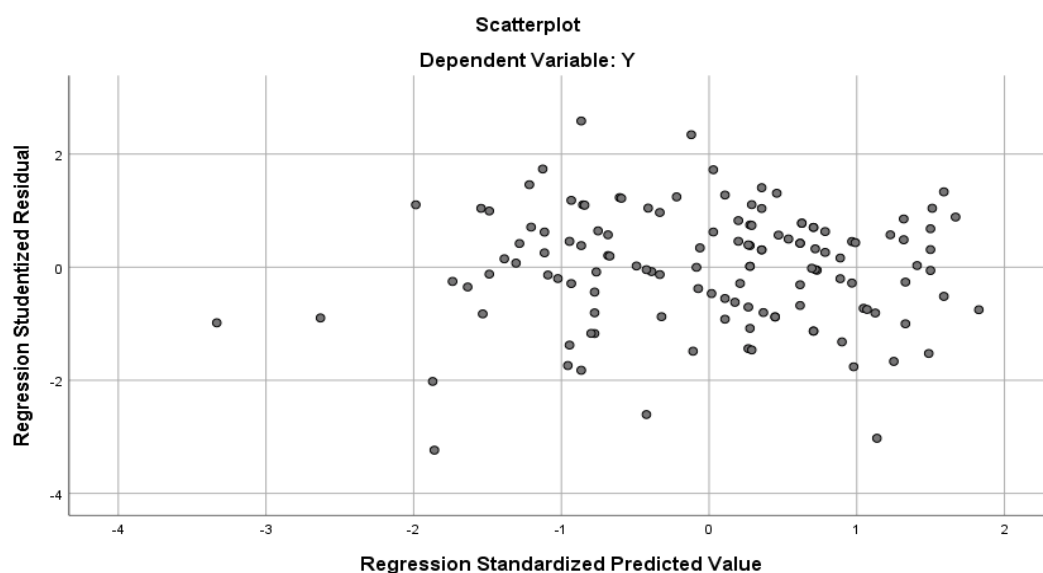


Sumber: Hasil Output Pengolahan Data SPSS 26

Gambar IV. 2 Uji Normalitas (Grafik Histogram)

Berdasarkan Gambar IV.10 di atas, hasil uji normalitas menggunakan grafik histogram menunjukkan bahwa pola distribusi data membentuk kurva menyerupai lonceng (*bell shaped*). Distribusi data terlihat relatif simetris dan tidak menunjukkan kecenderungan yang terlalu condong ke kiri maupun ke kanan.

2. Uji Heteroskedastisitas



Gambar IV. 3 Hasil Uji Heteroskedastisitas (Scatterplot)

Sumber: Hasil Output Pengolahan Data SPSS 26

Berdasarkan Gambar IV.10 di atas, hasil uji heteroskedastisitas menggunakan grafik scatterplot menunjukkan bahwa titik-titik data tersebar secara acak di atas dan di bawah angka 0 (nol) pada sumbu Y. Selain itu, penyebaran titik-titik tidak membentuk pola tertentu, seperti pola bergelombang, melebar, maupun menyempit.

3. Uji Multikolinearitas

Tabel IV. 6 Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients ^a								
Model	Unstandardized Coefficients			Standardized Coefficients Beta	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error					Tolerance	VIF
1	(Constant)	2.846	2.686		1.060	.291		
	Kualitas Produk (X1)	.275	.090	.248	3.048	.003	.486	2.059
	Harga (X2)	.646	.092	.571	7.011	.000	.486	2.059

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen (Y)

Sumber: Hasil Output Pengolahan Data SPSS 26

Berdasarkan tabel diatas, variabel Kualitas Produk (X1) memiliki nilai Tolerance sebesar 0,486 dan VIF sebesar 2,059. Variabel Harga (X2) juga memiliki nilai Tolerance sebesar 0,486 dan VIF sebesar 2,059. Karena nilai Tolerance kedua variabel lebih besar dari 0,10 dan nilai VIF lebih kecil dari 10, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinearitas.

4. Uji Linearitas

Tabel IV. 7 Hasil Uji Linearitas Kualitas Produk X1 terhadap Kepuasan Konsumen

ANOVA Table							
			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Kepuasan Konsumen (Y) * Kualitas Produk (X1)	Between Groups	(Combined)	1350.239	16	84.390	6.279	.000
		Linearity	1240.692	1	1240.692	92.317	.000
		Deviation from Linearity	109.547	15	7.303	.543	.911
	Within Groups		1518.653	113	13.439		
	Total		2868.892	129			

Sumber: Hasil Output Pengolahan Data SPSS 26

Berdasarkan Tabel IV.11 di atas, hasil uji linearitas antara variabel Kualitas Produk (X1) dengan Kepuasan Konsumen (Y) menunjukkan bahwa nilai signifikansi pada Deviation from Linearity sebesar 0,911. Nilai tersebut lebih besar dari 0,05 ($0,911 > 0,05$), sehingga dapat

disimpulkan bahwa hubungan antara variabel Kualitas Produk dan Kepuasan Konsumen bersifat linear.

Tabel IV. 8 Hasil Uji Linearitas Harga X2 terhadap Kepuasan Konsumen

ANOVA Table			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Kepuasan Konsumen (Y) * Harga (X2)	Between Groups	(Combined)	1868.644	19	98.350	10.816	.000
		Linearity	1609.143	1	1609.143	176.962	.000
		Deviation from Linearity	259.502	18	14.417	1.585	.076
	Within Groups		1000.248	110	9.093		
	Total		2868.892	129			

Sumber: Hasil Output Pengolahan Data SPSS 26

Berdasarkan Tabel IV.12 di atas, hasil uji linearitas antara variabel Harga (X2) dengan Kepuasan Konsumen (Y) menunjukkan bahwa nilai signifikansi pada Deviation from Linearity sebesar 0,076. Nilai tersebut lebih besar dari 0,05 ($0,076 > 0,05$), sehingga dapat disimpulkan bahwa hubungan antara variabel Harga dan Kepuasan Konsumen bersifat linear.

4.4 Uji Hipotesis

1. Uji T

Tabel IV. 9 Hasil Uji Parsial (Uji t)

Coefficients ^a						
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	2.846	2.686		1.060	.291
	Kualitas Produk (X1)	.275	.090	.248	3.048	.003
	Harga (X2)	.646	.092	.571	7.011	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen (Y)

Sumber: Hasil Output Pengolahan Data SPSS 26

Berdasarkan hasil Uji t dengan $df = 127$ dan tingkat signifikansi 5%, diperoleh nilai t tabel sebesar 1,65685. Hasil pengujian menunjukkan bahwa:

1. Kualitas Produk (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen (Y), dengan nilai t hitung $3,048 > t \text{ tabel } 1,65685$ dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Dengan demikian, hipotesis pertama diterima.
2. Harga (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen (Y), dengan nilai t hitung $7,011 > t \text{ tabel } 1,65685$ dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Dengan demikian, hipotesis kedua diterima.

Secara keseluruhan, Kualitas Produk dan Harga secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen. Variabel Harga (X2) merupakan variabel yang lebih dominan, karena memiliki nilai t hitung yang lebih besar dibandingkan Kualitas Produk (X1).

2. Uji F

Tabel IV. 10 Hasil Uji Simultan (Uji F)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1694.994	2	847.497	91.688	.000 ^b
	Residual	1173.899	127	9.243		
	Total	2868.892	129			

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen (Y)

b. Predictors: (Constant), Harga (X2), Kualitas Produk (X1)

Sumber: Hasil Output Pengolahan Data SPSS 26

Berdasarkan hasil Uji F dengan $df_1 = 2$ dan $df_2 = 127$, diperoleh nilai F tabel sebesar 3,07. Hasil pengujian menunjukkan nilai F hitung sebesar $91,688 > F \text{ tabel } 3,07$ dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$.

Dengan demikian, H_0 ditolak dan H_a diterima, sehingga dapat disimpulkan bahwa Kualitas Produk (X1) dan Harga (X2) secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen (Y). Hasil tersebut juga menunjukkan bahwa model regresi yang digunakan dalam penelitian layak untuk menjelaskan pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen pada Semesta Jaya Farm.

3. Uji Koefisien Determinasi Parsial

Tabel IV. 11 Hasil Uji Koefisien Determinasi X1

Model Summary^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.658 ^a	.432	.428	3.567

a. Predictors: (Constant), Kualitas Produk (X1)
b. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen (Y)

Sumber: Diolah oleh peneliti menggunakan SPSS 26

Tabel IV. 12 Hasil Uji Koefisien Determinasi X2

Model Summary^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.749 ^a	.561	.557	3.137

a. Predictors: (Constant), Harga (X2)
b. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen (Y)

Sumber: Diolah oleh peneliti menggunakan SPSS 26

Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi parsial, Kualitas Produk (X1) memiliki nilai R Square sebesar 0,432 atau 43,2%. Artinya, Kualitas Produk mampu menjelaskan variasi Kepuasan Konsumen sebesar 43,2%, sedangkan 56,8% dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian. Nilai R sebesar 0,658 menunjukkan hubungan yang kuat dan positif antara Kualitas Produk dan Kepuasan Konsumen.

Sementara itu, Harga (X2) memiliki nilai R Square sebesar 0,561 atau 56,1%, yang berarti Harga mampu menjelaskan variasi Kepuasan Konsumen sebesar 56,1%, sedangkan 43,9% dipengaruhi oleh faktor lain. Nilai R sebesar 0,749 menunjukkan hubungan yang kuat dan positif.

Dengan demikian, Harga (X2) memiliki kontribusi yang lebih besar terhadap Kepuasan Konsumen dibandingkan Kualitas Produk (X1), yaitu sebesar 56,1% dibandingkan 43,2%. Hasil ini sejalan dengan temuan Uji t yang menunjukkan bahwa Harga merupakan variabel yang lebih dominan dalam memengaruhi Kepuasan Konsumen.

4. Uji Koefisien Determinasi Simultan

Tabel IV. 13 Hasil Uji Koefisien Determinasi Simultan

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.769 ^a	.591	.584	3.040

a. Predictors: (Constant), Harga (X2), Kualitas Produk (X1)
b. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen (Y)

Sumber: Diolah oleh peneliti menggunakan SPSS 26

Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi, diperoleh nilai R Square sebesar 0,591 atau 59,1%. Hal ini menunjukkan bahwa Kualitas Produk (X1) dan Harga (X2) secara bersama-sama mampu menjelaskan Kepuasan Konsumen (Y) sebesar 59,1%, sedangkan 40,9% sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian.

Nilai R sebesar 0,769 menunjukkan bahwa hubungan antara Kualitas Produk dan Harga dengan Kepuasan Konsumen berada pada kategori kuat dan positif. Sementara itu, nilai Adjusted R Square sebesar 0,584 atau 58,4% menunjukkan bahwa setelah disesuaikan dengan jumlah sampel dan variabel penelitian, kemampuan model dalam menjelaskan Kepuasan Konsumen tetap tergolong kuat.

Dengan demikian, Kualitas Produk dan Harga secara simultan memiliki kontribusi yang cukup kuat terhadap Kepuasan Konsumen pada Semesta Jaya Farm.

6. Uji Koefisien Regresi

Tabel IV. 14 Hasil Uji Koefisien Regresi

Coefficients ^a								
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients			Collinearity Statistics	
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
1	(Constant)	2.846	2.686		1.060	.291		
	Kualitas Produk (X1)	.275	.090	.248	3.048	.003	.486	2.059
	Harga (X2)	.646	.092	.571	7.011	.000	.486	2.059

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen (Y)

Sumber: Hasil Output Pengolahan Data SPSS 26

Berdasarkan hasil analisis regresi linear berganda, diperoleh persamaan $Y = 2,846 + 0,275X_1 + 0,646X_2 + \varepsilon$. Hal ini menunjukkan bahwa Kualitas Produk (X_1) dan Harga (X_2) memiliki pengaruh positif terhadap Kepuasan Konsumen (Y). Koefisien Harga sebesar 0,646 lebih besar dibandingkan Kualitas Produk sebesar 0,275, sehingga Harga menjadi variabel yang lebih dominan dalam memengaruhi Kepuasan Konsumen.

Hasil uji parsial menunjukkan bahwa Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen, dengan nilai t hitung $3,048 > 1,65685$ dan signifikansi $0,000 < 0,05$. Kualitas Produk memberikan kontribusi sebesar 43,2% terhadap Kepuasan Konsumen.

Selanjutnya, Harga juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen, dengan nilai t hitung $7,011 > 1,65685$ dan signifikansi $0,000 < 0,05$. Harga memberikan kontribusi sebesar 56,1% terhadap Kepuasan Konsumen dan menjadi variabel yang paling dominan.

Secara simultan, Kualitas Produk dan Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen. Hal ini dibuktikan dengan nilai F hitung $91,688 > 3,07$ dan signifikansi $0,000 < 0,05$. Kedua variabel tersebut mampu menjelaskan 59,1% variasi Kepuasan Konsumen, sedangkan 40,9% dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian.

Kesimpulannya, semakin baik kualitas ayam broiler dan semakin sesuai harga dengan kualitas serta manfaat yang diterima, maka semakin tinggi Kepuasan Konsumen pada Peternakan Kemitraan Semesta Jaya Farm Kabupaten Majalengka. Dari kedua variabel tersebut, Harga merupakan faktor yang paling dominan dalam meningkatkan Kepuasan Konsumen.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian mengenai pengaruh kualitas produk dan harga terhadap kepuasan konsumen pada pembelian ayam broiler di Peternakan Kemitraan Semesta Jaya Farm Kabupaten Majalengka, dapat disimpulkan bahwa:

- a. Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen, dengan nilai t hitung $3,048 > 1,65685$ dan signifikansi $0,000 < 0,05$. Artinya, semakin baik kualitas ayam broiler yang diterima konsumen, semakin tinggi kepuasan yang dirasakan.
- b. Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen, dengan nilai t hitung $7,011 > 1,65685$ dan signifikansi $0,000 < 0,05$. Artinya, harga yang sesuai

dengan kualitas, manfaat, dan daya saing produk dapat meningkatkan kepuasan konsumen.

- c. Kualitas Produk dan Harga secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen, dengan nilai F hitung $91,688 > 3,07$ dan signifikansi $0,000 < 0,05$. Kedua variabel tersebut mampu menjelaskan 59,1% Kepuasan Konsumen, sedangkan 40,9% dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian.

Kesimpulan utama: Kualitas Produk dan Harga sama-sama berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen, dengan Harga menjadi faktor yang lebih dominan dalam meningkatkan kepuasan konsumen.

DAFTAR REFERENSI

- Alma, B. (2021). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
<https://alfabeta.co.id>
- Arianto, N., & Febrian. (2022). *Pengaruh harga dan kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan pada PT GV*. *Jurnal Ekonomi Efektif*, 4(3).
<https://openjournal.unpam.ac.id/index.php/JEE/article/view/20135>
- Cendrawan, R., & The, L. (2026). *Pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk, dan harga terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan sebagai mediasi*. *EMaBi: Ekonomi dan Manajemen Bisnis*, 5(1).
<https://jurnal.ubd.ac.id/index.php/emabi/article/view/4470>
- Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2023). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches* (6th ed.). Thousand Oaks, CA: Sage Publications.
<https://us.sagepub.com/en-us/nam/research-design/book270550>
- Griffin, J. (2021). *Customer Loyalty: How to Earn It, How to Keep It*. New York: Lexington Books. <https://www.amazon.com/Customer-Loyalty-Earn-Keep/dp/0669176605>
- Hanif, M. F., & Prakoso, F. A. (2023). *Pengaruh harga dan kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan sebagai variabel mediasi*. *Seminar Nasional LPPM UMMAT*. <https://journal.ummat.ac.id/index.php/semnaslppm/article/view/14201>
- Juniarti, S., Zuraida, L., & Wikaningtyas, S. U. (2022). *Pengaruh kualitas produk, harga, lokasi, dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen melalui kepuasan konsumen sebagai variabel intervening*. *Jurnal Riset Akuntansi dan Bisnis Indonesia*, 2(2).
<https://jurnal.stieww.ac.id/index.php/jrabi/article/view/472>
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2021). *Principles of Marketing* (18th ed.). Harlow: Pearson Education. <https://www.pearson.com/en-us/subject-catalog/p/principles-of-marketing/P200000003168>

- Kotler, P., & Armstrong, G. (2021). *Principles of Marketing* (18th ed.). Pearson Education. <https://www.pearson.com/en-us/subject-catalog/p/principles-of-marketing/P200000003168>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2021). *Marketing Management* (16th ed.). Harlow: Pearson Education. <https://www.pearson.com/en-us/subject-catalog/p/marketing-management/P200000003206>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2021). *Marketing Management* (16th ed.). Pearson Education. <https://www.pearson.com/en-us/subject-catalog/p/marketing-management/P200000003206>
- Kusuma, A., & Hidayat, R. (2021). *Analisis kepuasan konsumen pada produk ayam segar di pasar modern. Jurnal Agribisnis Indonesia*. <https://digilib.unila.ac.id/87121/>
- Lubis, P. S. (2023). *Pengaruh harga, kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen Zufri Swalayan* (Skripsi Sarjana, UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan). <https://etd.uinsyahada.ac.id/9853/>
- Neuman, W. L. (2021). *Social Research Methods: Qualitative and Quantitative Approaches* (8th ed.). Boston: Pearson. <https://www.pearson.com>
- Neuman, W. L. (2021). *Social Research Methods: Qualitative and Quantitative Approaches* (8th ed.). Pearson Education. <https://www.pearson.com>
- Nuravianti, T., Iskandar, I., & Pratiwi, R. T. (2024). *Pengaruh kualitas produk dan persepsi harga terhadap kepuasan konsumen pengguna handphone Vivo. Jurnal Ilmiah Fokus Ekonomi, Manajemen, Bisnis & Akuntansi (EMBA)*, 3(1), 25–34. <https://journal.apps.ipb.ac.id/index.php/jmagt/article/view/51770>
- Pratama, A., & Suryoko, S. (2021). *Pengaruh harga dan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan. Jurnal Administrasi Bisnis*. <https://journals.ukitoraja.ac.id/index.php/jesit/article/view/1089>
- Purnomo, N., & Hidayatullah, S. (2024). *Pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk dan harga terhadap loyalitas konsumen melalui kepuasan konsumen sebagai variabel intervening (Studi kasus UMKM pada Soto Ayam Haji Karim). Bisman (Bisnis dan Manajemen): The Journal of Business and Management*, 7(2), 394–410. <https://doi.org/10.36815/bisman.v7i2.3204>
- Rahman, F., Setiawan, T., & Putra, A. (2024). *Pengaruh kualitas produk dan harga terhadap kepuasan konsumen produk pangan*. URL disesuaikan dengan sumber asli yang digunakan dalam skripsi.
- Rahmawati, A., & Budiono, A. (2025). *Pengaruh persepsi harga, kualitas pelayanan, dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen di Solaria. J-CEKI: Jurnal Cendekia Ilmiah*, 4(3), 3461–3470. <https://doi.org/10.56799/jceki.v4i3.8988>
- reswell, J. W., & Creswell, J. D. (2023). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches* (6th ed.). Sage Publications. <https://us.sagepub.com/en-us/nam/research-design/book270550>
- Rudianto, M., Farida, I., Anomsari, A., & Purusa, N. A. (2025). *Dampak kualitas produk, citra merek, dan harga terhadap loyalitas konsumen melalui kepuasan. Dinamika: Jurnal Manajemen Sosial Ekonomi*. <https://journal.stiestekom.ac.id/index.php/dinamika/article/view/674>

- Safitri, D., Kurniawan, H., & Rahayu, H. C. (2026). *Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Preferensi Konsumen Ayam Potong (Studi Kasus Ayam Potong Mas Adi di Desa DU SKPA)*. *Jurnal Bisnis Kompetitif*, 5(1), 68–74. <https://ejournal.kompetitif.com/index.php/bisniskompetitif/issue/view/110>
- Samsuri, Algafiky, R., & Gunawan, R. (2024). *Pengaruh harga dan kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening*. *Jurnal Manajemen Dinamis*, 6(2). <https://journalpedia.com/1/index.php/jmd/article/view/1612>
- Sawalia, S., Rosa, N., & Salsabila, A. (2025). *Faktor perilaku konsumen terhadap keputusan pembelian ayam broiler: Sistematis review*. *Jurnal Ekonomi, Bisnis dan Manajemen*, 4(2), 388–398. <https://doi.org/10.58192/ebismen.v4i2.3487>
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2020). *Research Methods for Business: A Skill Building Approach* (8th ed.). Chichester: John Wiley & Sons. <https://www.wiley.com/en-us/Research+Methods+For+Business%2C+8th+Edition-p-9781119561247>
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2020). *Research Methods for Business: A Skill Building Approach* (8th ed.). John Wiley & Sons. <https://www.wiley.com/en-us/Research+Methods+For+Business%2C+8th+Edition-p-9781119561247>
- Setyani, V., & Prabowo, H. (2020). *Pengaruh harga terhadap keputusan pembelian dan kepuasan konsumen*. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*. (Sesuaikan dengan sumber asli yang digunakan dalam skripsi).
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta. <https://alfabeta.co.id>
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta. <https://alfabeta.co.id>
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta. <https://alfabeta.co.id>
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta. <https://alfabeta.co.id>
- Suhendra, R., & Pujiarti. (2024). *Pengaruh harga, kualitas produk, dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan (Studi kasus pada PT Prapat Tunggal Cipta)*. *EMaBi: Ekonomi dan Manajemen Bisnis*, 3(1). <https://jurnal.ubd.ac.id/index.php/emabi/article/view/2848>
- Tjiptono, F. (2022). *Strategi Pemasaran* (Edisi Terbaru). Yogyakarta: Andi Offset. <https://www.andi.co.id>
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2022). *Pemasaran Strategik*. Yogyakarta: Andi Offset. <https://www.andi.co.id>
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2022). *Pemasaran Strategik*. Yogyakarta: Andi Offset. <https://www.andi.co.id>